

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI
DAN DAYA JUAL KEMBALI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KENDARAAN BERMOTOR YAMAHA MIO
DI SURAKARTA**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Disusun Oleh

**YOGA MEGANTORO
NIM : B 100 070 064**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2010**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca Skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI
DAN DAYA JUAL KEMBALI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KENDARAAN BERMOTOR YAMAHA MIODI SURAKARTA**

Yang ditulis oleh: **Yoga Megantoro, B 100 070 064**

Surakarta, Januari 2011

Pembimbing Utama

(Dra. Wuryaningsih DL, MM)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta

(Dr. Triyono, M.si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura 57102 Ph.: (0271) 717417 Eks.211 Surakarta

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yoga Megantoro

NIRM : 07.6.106.02016.50064

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Daya
Jual Kembali Terhadap Keputusan Pembelian
Kendaraan Bermotor Yamaha Mio di Surakarta

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 06 Januari 2011

Yang membuat pernyataan

Yoga Megantoro

MOTTO

1. *Bacalah dan Tuhanmu amat mulia. Yang telah mengajar dengan pena. Dia telah mengajarkan kepada manusia apa yang tidak diketahuinya.*
(QS Al Alaq: 3-5)
2. *Jadikanlah sholat dan sabar sebagai penolongmu, dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang yang khusu'.*
(QS. Al baqarah:45)
3. (Yahya bin Mu'az Ar-Razy) berkata:
“Jadikanlah dirimu bagian dari tiga macam orang mukmin, supaya kamu tergolong orang yang baik:
(a) jika kamu tidak dapat memberikan keuntungan kepadanya, janganlah merugikanya.
(b) Jika kamu tidak dapat menyenangkannya, maka janganlah menyusahkannya.
(c) Jika kamu tidak memujinya, janganlah mencelanya.
4. *Dalam menjalani kehidupan sehari-hari harus bernilai ibadah (sesungguhnya shalatku, ibadahku, hidup dan matiku hanya untuk Alloh SWT).*
(Penulis)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirrobbil'alamin

Puji Syukur kehadiran Allah SWT

*Sholawat serta salam senantiasa tercurah
pada Nabi Muhammad SAW*

*Karya ini sebagai ungkapan pengabdian dan cinta
yang tulus ikhlas yang dipersembahkan untuk :*

- 1. Ayah dan ibuku tercinta, yang senantiasa memberikan kasih sayang, nasehat, perhatian, pengorbanan, motivasi dan segenap doa restu yang sangat luar biasa sehingga mengantarkanku tuk meraih cita-cita ini.*
- 2. Kakak-kakakQ tercinta Mbak Novi, Mas Karman, Om Anang, Om Endri, dan kedua AdikQ Linggar dan Pungky yang selalu memberikan dukungan, inspirasi dan doa buatku.*
- 3. Seseorang yang Allah ciptakan untukku.*
- 4. Almamaterku.*

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi dengan judul “PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI, DAN DAYA JUAL KEMBALI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KENDARAAN BERMOTOR YAMAHA MIO DI SURAKARTA” dapat berjalan dengan lancar.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan guna melengkapi syarat yang diperlukan dalam memperoleh gelar kesarjanaan Strata- 1 pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis menyadari bahwa suatu karya dibidang apapun tidak terlepas dari kekurangan, disebabkan karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Penulis menyadari tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan yang telah diberikan berbagai pihak, baik langsung maupun tidak langsung tidak mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Triyono, M.si selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
2. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen.
3. Ibu Dra. Wuryaningsih. DL, MMs selaku Pembimbing Utama yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, nasihat dan dorongannya dengan penuh kesabaran sampai terselesaikannya skripsi ini.

4. BapakFarid Wajdi, SE, MM selaku Pembimbing Akademik yang telah mengarahkan dan membimbing demi kelancaran selama menempuh studi.
5. My Famili (Father, Mother, Brother, Sister) semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan kasih sayang kepadanya.
6. Responden yang dengan kerelaannya memberikan jawaban guna kelancaran Skripsiku ini.
7. Teman seperjuangan kost Argus (Sontol, Ganden, Jarwo, Opan, Oton, Rosid, cholis, Bowo, Bang Tigor, Bang Fuad) yang banyak memberikan inspirasi dan masukan serta teman- teman kost Argus semua kuliahe yg semangat, futsal jangan kalah terus- terusan yo....
8. Teman- teman Manajemen C '07 (Arex, Ayux, Niken, Bobby, Tulip, Tegal, dll) tetep kompak walau sudah pisah...
9. The Big Family TAE KWON DO UMS (Sen Aris, Sen Agung, Beta, Nanang, dll) yang mengajarkan banyak hal tentang kedisiplinan dan tekad yang kuat..

Akhirnya semoga amal baik Bapak/Ibu/Saudara dapat diterima oleh Allah SWT dan mendapatkan balasan sebaik mungkin, Amin. Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu Penulis mengharap saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat khususnya bagi penulis dan para pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, Desember 2010

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
 BAB 1. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan	5
 BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pemasaran	7
B. Konsep Pemasaran	7

C. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	8
D. Perilaku Konsumen	12
E. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	19
F. Tahapan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	22
G. Penelitian Terdahulu	24
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
A. Kerangka Berfikir	26
B. Hipotesis	27
C. Sumber Data	28
D. Definisi Operasional dan Cara Pengukurannya	29
E. Metode Pengumpulan Data	30
F. Teknik Pengambilan Sampel	31
G. Uji Instrumen Penelitian	32
H. Teknik Analisis Data	35
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	
A. Hasil Penelitian.....	42
B. Gambaran Umum Kota Surakarta	42
C. Gambaran Umum Produk Yamaha Mio	49
D. Profil Responden	50
E. Analisis Data	54
F. Uji Instrumen.....	54
G. Pengujian Hipotesis	58
H. Uji Asumsi Klasik.....	67

I. Pembahasan.....	70
BAB V. PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	74
B. Keterbatasan Penelitian.....	75
C. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
Tabel 3. 1	Data Penduduk Kota Surakarta Menurut Jenis Kelamin	45
Tabel 3. 2	Data Penduduk Kota Surakarta Menurut Umur.....	46
Tabel 3.3	Data Penduduk Kota Surakarta Menurut Pendidikan	47
Tabel 3.4	Data Penduduk Kota Surakarta Menurut Pekerjaan	48
Tabel 3.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 3.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	52
Tabel 3.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	53
Tabel 3.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
Tabel 3.9	Rangkuman Hasil Uji Validitas Kualitas produk	55
Tabel 3.10	Rangkuman Hasil Uji Validitas Harga	55
Tabel 3.11	Rangkuman Hasil Uji Validitas Promosi	56
Tabel 3.12	Rangkuman Hasil Uji Validitas Daya Jual Kembali	56
Tabel 3.13	Rangkuman Hasil Uji Validitas Keputusan pembelian	57
Tabel 3.14	Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel 3.15	Rangkuman Hasil Regresi Linear Berganda	59
Tabel 3.16	Hasil Uji Normalitas	68
Tabel 3.17	Hasil Uji Multikolinearitas	69
Tabel 3.18	Hasil Uji Heteroskedastisitas	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Model Perilaku Konsumen.....	14
Gambar 1.2Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	22
Gambar 2.1Model Kerangka Berfikir	18

ABSTRAK

Perilaku pembelian seseorang terhadap suatu produk dipengaruhi banyak faktor. Tiap individu mempunyai keinginan dan selera yang berbeda-beda. Kualitas produk merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian, selain itu masih banyak lagi faktor lain yang mempengaruhi perilaku pembelian tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan daya jual kembali terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor Yamaha Mio serta menganalisis variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian kendaraan Yamaha Mio di Surakarta.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen kendaraan bermotor Yamaha Miodi Surakarta. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan teknik *Accidental Quota Sampling*. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner, sedangkan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas), uji statistik (uji t, uji F dan koefisien determinasi R^2). Berdasarkan hasil olah data dengan bantuan komputer program SPSS 10.0 diperoleh hasil sebagai berikut:

$$Y = 1,832 + 0,376X_1 - 0,027X_2 + 0,188X_3 + 0,342X_4 + e$$

Koefisien α sebesar 1,832 artinya jika variabel kualitas produk (X_1), harga (X_2), Promosi (X_3) dan daya jual kembali (X_4) bernilai konstan maka keputusan pembelian bernilai positif. β_1 sebesar 0,376 artinya setiap ada peningkatan kualitas produk, maka mengakibatkan keputusan pembelian kendaraan Yamaha Mio naik. β_2 sebesar -0,027 (variabel harga negatif) artinya jika harga semakin tinggi, akan mengakibatkan keputusan pembelian menurun. β_3 sebesar 0,188 artinya jika setiap ada peningkatan promosi akan mengakibatkan keputusan pembelian Yamaha Mio naik. β_4 sebesar 0,342 artinya jika daya jual kembali semakin tinggi, maka mengakibatkan keputusan pembelian kendaraan Yamaha Mio naik.

Hasil uji t menunjukkan angka t_{hitung} 3,885 untuk kualitas produk dan nilai t_{tabel} sebesar 1,960 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel harga menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar -0,309 dan t_{tabel} 1,960 ($t_{hitung} < t_{tabel}$) hal ini menunjukkan bahwa variabel harga tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Untuk variabel promosi menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 2,240 dan t_{tabel} sebesar 1,960 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) hal ini menunjukkan bahwa variabel promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel daya jual kembali menunjukkan t_{hitung} sebesar 5,036 dan t_{tabel} sebesar 1,960 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) hal ini menunjukkan bahwa variabel daya jual kembali mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji F menunjukkan nilai F_{hitung} 27,475 $> F_{tabel}$ 2,459, artinya keempat variabel tersebut secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,517. Hal ini berarti Hal ini berarti 51,7% variasi perubahan keputusan pembelian dijelaskan

oleh variasi perubahan faktor-faktor kualitas produk, harga, promosi, dan daya jual kembali. Sementara sisanya sebesar 48,3% diterangkan oleh faktor lain yang tidak ikut terobservasi.

Berdasarkan pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, promosi dan daya jual kembali berpengaruh terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor Yamaha Mio. Saran yang diberikan adalah Variabel kualitas produk, promosi, dan daya jual kembali berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, oleh karena itu pihak produsen kendaraan bermotor Yamaha Mio sebaiknya memperhatikan faktor tersebut dan faktor lain untuk meningkatkan minat konsumen terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas produk, harga, promosi, daya jual kembali dan keputusan pembelian.